



Une année charnière s'ouvre pour la grande distribution française

publié le 05/01/2016

Descriptif :

Un article sur Les Echos.fr

La faiblesse des émergents pénalise les groupes internationaux.
En France, les ventes doivent encore être soutenues par des prix bas.

L'année qui s'ouvre sera pleine d'enjeux pour les distributeurs français. Tour d'horizon des grandes questions qui vont se poser dans le secteur pour 2016.
Les pays émergents vont-ils se redresser ?

La dégradation de la note du Brésil, début septembre, par Standard & Poor's – au rang BB+ – a officialisé la fin, ou du moins la pause, de la croissance brésilienne. Plus grave : cette crise de croissance s'est transformée en crise politique, la présidente Dilma Rousseff se retrouvant menacée de destitution. Une situation qui freine la mise en œuvre des réformes nécessaires à la relance économique. Dès septembre, les cours de Bourse de Casino et, dans une moindre mesure, de Carrefour, respectivement numéro un et numéro deux de la distribution dans le pays, ont fléchi. Les dirigeants de Casino, qui réalise 58 % de son chiffre d'affaires à l'international, essentiellement au Brésil et en Colombie, ont aussitôt réagi. D'abord, en regroupant les activités sud-américaines dans la filiale colombienne Exito, ce qui va permettre de dégager 145 millions d'euros de synergies. Par ailleurs, Via Varejo, la branche de magasins de meubles et d'électroménager, très touchée, a entamé une restructuration drastique, même si les intérêts économiques réels de Casino dans cette filiale ne sont que de 14 %. Carrefour, moins affecté, a tout de même dû repousser l'introduction en Bourse de sa filiale brésilienne.

Le même Carrefour doit aussi enrayer la baisse de l'activité de ses magasins chinois. Depuis plusieurs trimestres, la filiale locale annonce des chiffres d'affaires en baisse à surfaces comparables.

Pour inverser la tendance et rester sur ce marché jugé stratégique par le PDG, Georges Plassat, Carrefour a entrepris de changer de modèle. Certains magasins ont été fermés. Les ouvertures sont plus sélectives. La proximité commence à être développée. Surtout, le groupe a choisi d'internaliser sa logistique en créant des bases régionales pour contourner les grossistes locaux. Et pour contrer la montée en flèche de la vente de produits de grande consommation sur Internet, notamment par le groupe Alibaba, Carrefour a créé une activité e-commerce.

L'activité en Chine est aussi cruciale pour Auchan, dont la filiale cotée à Hong Kong, Sun Art, génère l'essentiel de ses bénéfices. Auchan, qui est aussi très présent en Russie, pays qui va subir pleinement en 2016 l'impact de la baisse du prix du pétrole et de l'embargo décrété par les Européens...

La consommation tiendra-t-elle en France et la guerre des prix va-t-elle continuer ?



Académie
de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.